

## Innovationspotenziale erkennen und nutzen

### Interaktives Expertengespräch mit Herrn Mag. Andreas Gumpetsberger

→ den Ort bestimmen Sie

→ Montag, 7. April 2014

→ 14.00 - 14:40 Uhr

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Interaktiven Expertengesprächs hatten die Möglichkeit über Chat live Fragen zu stellen. Wir haben die Fragen für Sie gesammelt und unser Experte hat sie beantwortet.



#### Der Experte

Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA, ist als Unternehmer, Managementberater, Trainer und Fachautor spezialisiert auf Strategie- und Innovationsentwicklung, sowie auf die Entwicklung von Wachstumsorganisationen. Er ist Gründer und Managing Partner der Beratergruppe orangecosmos.

#### Frage 1: Gibt es Kennzahlen oder Messmethoden um Ideen zu bewerten?

Das wirtschaftliche Potential einer Idee lässt sich bewerten, zB mittels Kapitalwert (NPV), mittels EVA®-Berechnung oder durch Deckungsbeitragsprognose. Schwieriger wird dies beim Abschätzen des Umsetzungsaufwandes, hier könnte man sich mit einer Nutzwertbeurteilung helfen, aber das ist mit relativ viel Aufwand versehen. Leichter ist hier schon die Umsetzungspakete hinsichtlich ihrer Bedeutung zu gewichten und so zu einer Bewertung der Ideen zu kommen.

#### Frage 2: Wie könnte ein innovatives Pricing im Beratungsbereich aussehen?

Hier kommen mehrere Methoden in Frage wie z.B. „Pay-what-you-want“ (der Kunden zahlt soviel es ihm wert ist), Pauschalmodelle (monatliche Pauschalhonorare für einen definierten Zeitraum) oder Equity-for-Consulting (Beteiligung bei Jungunternehmen).

#### Frage 3: Wie wichtig ist die genaue Festlegung eines Suchfeldes zu Beginn des Innovations-Prozesses? Wie kann das möglichst treffsicher erfolgen?

Innovation benötigt eine klare Stoßrichtung, um sich nicht zu „verzetteln“. Man kann nicht in allen Feldern (Materialtechnologie, Fertigungstechnik, Prozesse etc.) gleichermaßen innovativ sein. Es benötigt eine Vision (Wo will ich in 5 Jahren hin?), eine beabsichtigte Alleinstellung (Wodurch unterscheide ich mich vom Wettbewerb? Welchen Nutzen biete ich meinen Kunden?) und eine Strategie wie ich die beiden vorangegangenen Dinge umsetze. Werkzeuge dazu können sein: Trend- und Umweltanalyse, Technologie-Roadmapping, Kundennutzenanalyse, Wachstumsradar, etc.

#### Frage 4: Eine Innovation liegt erst dann vor, wenn etwas tatsächlich verkauft wurde. Ohne Werbemaßnahmen wird es wahrscheinlich nicht gehen. Welche Marketingansätze/-methoden empfehlen Sie den EPU's?

Auf Basis eines fundierten Konzeptes und einer klaren Bestimmung der relevanten Zielgruppen sollte dies ein Mix sein, aus z.B. Web-Auftritt, Email-Marketing, Events und direktem Verkauf.

#### Frage 5: Wie lässt sich die Marktregel im Beraterbereich konkret ändern?

Es bestehen mehrere Marktregeln in der Beratung und nicht nur eine einzige. Marktregel sind Grundgegebenheiten des Marktes. Wenn man diese ändern will, raten wir ihnen, das Produkt bzw. in diesem Fall die Dienstleistung vor der Markteinführung zu testen,.

**Frage 6:** Sie fokussieren hier auf Produkt- und Leistungsinnovationen, trotzdem sollen auch Prozessinnovationen (z.B. Optimierung der Kernprozesse oder ein neues Logistiksystem etc.) nicht übersehen werden, weil sie meist mit wenig Risiko, bei starker Kostenwirkung umsetzbar sind.

Das kann man nur unterstreichen. Siehe hier die neue Fraunhofer Studie „Produktionsarbeit der Zukunft - Industrie 4.0“

**Frage 7:** In einem Dienstleistungsunternehmen ist Pricing besonders schwer. Anhand welcher Indikatoren, setze ich meinen Preis am besten fest? Woher weiß ich, dass mein Preis passt? Binden Sie in den frühen Phasen der Dienstleistungsentwicklung ihre potentiellen Kunden ein. Gehen Sie mit ihren Dienstleistungskonzepten zu Kunden und erfragen Sie den erlebten Wert dieser Leistung. Wenn durch Preissenkungen (Aktionen) nicht wesentlich mehr Umsatz erzielt wird, sollte der Preis ERHÖHT werden.

**Frage 8:** Können Sie uns gute Kreativitäts-Techniken verraten (außer Brainstorming)?

Gerne. Da wäre z.B. „635-Brainwriting“: 6 Personen schreiben 3 Ideen in 5 Minuten nieder; anschließend werden die notierten Ideen an die/den Nächste(n) in der Runde weitergegeben. Dies solange bis alle Personen (6x3 =18) Ideen entwickelt haben. Oder alternativ die „6-Hüte-Methode“ von De Bono. Ähnlich zu letzterer ist die „Walt Disney Methode“ - Perspektivenwechsel zwischen Träumer, Realist, Kritiker und Neutralem. Wenn Sie technische Problemlösungen anstreben, dann wären z.B. die TRIZ-Prinzipien ein guter Anfang für die Lösungssuche.

**Frage 9:** Könnten Sie die eben genannten Förderungen noch kurz im Detail besprechen? Welche Förderungen gibt es, bzw. wer kann mich hierzu beraten?

Nehmen Sie Kontakt auf mit den zuständigen Abteilungen der WK, die Kontaktdaten befinden sich am Ende der Webinar-Präsentationsunterlagen. Bitte überlegen Sie vorab, wofür sie öffentliches Geld konkret haben wollen.

#### **Persönliche Beratung bei Ihrer WKO-Landeskammer**

Burgenland, T: 05 90 907 2000

Kärnten, T: 05 90 904 777

Niederösterreich, T: 02742/851 16 500

Oberösterreich, T: 05 90 909 3541

Salzburg, T: 0662 254300 53

Steiermark, T: 0316 601

Tirol, T: 05 90 905 1522

Vorarlberg, T: 05522 305 395

Wien, T: 01 476 77 5355

#### **WIFI Unternehmerservice**

Das WIFI Unternehmerservice der Wirtschaftskammer Österreich hat die Unternehmerin und den Unternehmer im Fokus. Ziel ist es, die Unternehmerkompetenzen zu erweitern. Mit Interaktiven Expertengesprächen (Webinare) geht das WIFI Unternehmerservice einen neuen Weg und will damit speziell Jungunternehmer/innen ansprechen.

#### **Weitere Interaktive Expertengespräche (Webinare)**

→ Mit Content Marketing Kunden erreichen und gewinnen mit Mag. Barbara Geyer-Hayden  
Mittwoch, 23. April 2014, 14:00 - 14:40 Uhr

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an [unternehmerservice@wko.at](mailto:unternehmerservice@wko.at)